

**Plan de Mejora en el Área de Comercio Exterior de las Empresas TIC Aerospace y CM
Aerospace**

Julian Felipe Garcia Ulloa

**Trabajo Presentado Para Optar el Título de
Profesional en Negocios Internacionales**

Tutor:

Miguel Antonio Alba Suarez

Universidad Santo Tomás

División De Ciencias Económicas Y Administrativas

Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2021

Resumen

El presente documento describe un plan de acción de mejora el cual nace a partir de un análisis DOFA realizado a dos principales compañías (TLC AEROSPACE & CM AEROSPACE) en las cuales se desarrollaron las prácticas profesionales del estudiante.

A partir de dicho análisis se detectaron conjuntamente una amenaza y debilidad que podrían afectar drásticamente la utilidad del ejercicio de las dos compañías de no tomarse las acciones pertinentes oportunamente.

Con respecto a lo anterior y con el objetivo de contrarrestar dicho impacto fueron creadas dos principales estrategias poniendo en práctica aquellos conocimientos adquiridos durante el proceso académico de Negocios de Internacionales en la Universidad Santo Tomás.

La amenaza con mayor trascendencia encontrada recae sobre la posible disminución de proveedores en respuesta a una serie de restricciones que el fabricante principal de partes de helicópteros BELL HELICOPTER introdujo en la industria para su regulación, lo cual en consecuencia por no poder satisfactoriamente todas las necesidades del usuario final podría disminuir las ventas y así afectar la utilidad del ejercicio.

Para esta problemática se diseñó una estrategia de mercado en la cual investigaba estratégicamente posibles nuevos proveedores que geográfica y económicamente fueran viables para nuestras compañías para así incrementar el margen de maniobra en cuanto partes por ofrecer y nuevos inventarios en los cuales encontrar oportunidades para suplir aquellos ítems que ya no se podían comprar directamente con los CSF (*customer service facilities*) de BELL HELICOPTER.

En cuanto a la debilidad, se detectó que no había un control claro en cuanto a los créditos otorgados a los clientes y así mismo pago a proveedores por adelantado. Con el objetivo de solucionar este margen de control se diseñó una herramienta tecnológica, la cual, permite identificar: créditos otorgados, fecha de recaudo y pagos a proveedores anticipados, para de esta forma potencializar la toma de decisiones con respaldo financiero y poder incrementar la utilidad invirtiendo en nuevos proyectos.

Abstract

This document describes an improvement action plan, who was born from a SWOT analysis performed to a 2 main companies TLC AEROSPACE & CM AEROSPACE where student develop his professional practices. On this analysis student could found a threat and a weakness that could affect directly profit of both companies of not making timely decisions. With the objective of find a solution were carried out different strategies using the knowledge acquired in the program of International Business at Universidad Santo Tomas. Main threat is based on restrictions created by BELL HELICOPTER that could decrease the number of possible suppliers what could reduce quantity of parts offered to end user, having needs not satisfied and hence less profit at the end of the period. For this trouble was developed a new strategy creating a new possible supplier list that their location and prices were up to both companies with the objective to increase possible parts to offer directly to end user and finding new inventories that helps to supply parts that cannot be purchase now to the CSF's (customer service facilities) from BELL HELICOPTER. By the other hand according to weakness found it, that's basically low control on credits granted to customer, prepaays to suppliers and dates of portfolio collection

was created a technological tool in order to identify items mentioned to be able to improve decision taking based on financial information and possibly increase profit carrying out new projects.

Agradecimientos

Quiero agradecerle a Dios en primera instancia, por sus miles de bendiciones y abundancia de salud, así mismo, por guiarme en el camino y ser mi brújula al navegar en este mar de inmensos retos. A mi familia, especialmente a mi madre por cada uno de sus valores y enseñanzas que me moldearon como persona, profesional y ser humano. Por su amor interminable, apoyo incondicional y motivación otorgada en todas las circunstancias. Por enseñarme que no hay meta inalcanzable para un soñador aguerrido y que el mejor regalo para el mundo es ser buena persona. A cada uno de mis docentes por sus inmensas enseñanzas, correcciones y tiempo entregado para forjar este profesional, lleno de sueños de aportarle positivamente al mundo. A la Universidad Santo Tomás por brindarme la posibilidad de ser parte de esta inmensa y grata institución que se inclina diariamente a hacer de este mundo un lugar mejor. A mis compañeros y amigos por su apoyo y compañía en este proceso, por tantas alegrías, risas y buenos momentos compartidos. Finalmente, a la empresa Star Logistics, TLC aerospace y CM aerospace por abrirme sus puertas para seguir aprendiendo día a día, por enseñarme el mundo de una forma diferente y por confiar en mis capacidades para aportar al éxito.

Introducción

La industria aeronáutica cambia constantemente y, por ende, cada una de las compañías pertenecientes a la misma deben realizar análisis y evaluaciones periódicas para de esta forma identificar la forma en la cual afrontar posibles amenazas o debilidades y así mismo sacar provecho de las oportunidades brindadas por el mercado y potencializar las fortalezas identificadas interiormente.

TLC Aerospace y CM Aerospace, dos compañías del sector aeronáutico, con ubicación en Estados Unidos y Canadá respectivamente, se han visto sometidas a un análisis DOFA con el fin de tener correcta visibilidad de su actual situación tanto financiera como comercial, con el objetivo de, a partir de dicho análisis tomar las medidas, estrategias y planes de acción correspondientes para corregir el rumbo de dichas compañías y de esta forma seguir creciendo proporcionalmente en los ámbitos anteriormente mencionados y continuar siendo competitivas en el mercado.

A partir de lo anterior, el presente documento identifica y explica las variables encontradas en el DOFA realizado a las dos compañías mencionadas anteriormente y en complemento, realiza un mapa de cada una de las estrategias involucradas dentro de un plan de mejora, que se llevaron a cabo con la finalidad contrarrestar las variables que podían afectar a las compañías de no tomar las acciones correspondientes de forma oportuna. En adición, indica el camino a seguir para potencializar las fortalezas encontradas y obtener provecho de las oportunidades identificadas. Cada uno de estos esfuerzos han sido inclinados a mejorar la utilidad del ejercicio de TLC Aerospace y CM Aerospace.

Índice

1.1 Aspectos Generales

Misión, visión y valores	8
Ubicación Geográfica	9
Estructura Organizacional	11
Departamento desarrollo de práctica	12
Análisis DOFA	13

2.1 Planteamiento Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas Profesionales

2.1.1 Planteamiento Central	14
2.1.2 Importancia, limitaciones y alcances	16
2.1.3 Objetivo General	17
2.1.4 Objetivos Específicos	17

3.1 Contenido Plan De Mejora

3.1.1 Propuesta de mejora	18
3.1.2 Conclusiones	21
3.1.3 Bibliografía	22
3.1.3 Anexos	23

4.1 Seguimiento Práctica Profesional

4.1.1 Programación de actividades	24
4.1.2 Objetivos mensuales (ciclos)	25

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión, Visión y Valores

Misión:

Nuestra compañía comercializa y distribuye repuestos, consumibles, herramientas, publicaciones técnicas y servicios logísticos para el sector aeroespacial y productos de la industria en general, contando con personal calificado, medios tecnológicos apropiados para ofrecer un servicio integral a nuestro usuario final. (Star Logistics S.A.S., s.f.)

Visión:

Ser reconocida en el año 2025 como una compañía líder en la comercialización y distribución de repuestos, consumibles, herramientas, publicaciones técnicas y servicios logísticos para el sector aeroespacial y de la industria en general, por brindar soluciones oportunas e integrales a sus clientes; identificándose por la seriedad, calidad de los productos y servicios a través de la cadena de abastecimiento, generando confianza y seguridad a nuestros clientes - proveedores. (Star Logistics S.A.S., s.f.)

Valores:

La organización y su comité define que se deberá trabajar bajo la cultura de los valores como.

- ❖ Responsabilidad permanente
- ❖ Respeto al Cliente a todo nivel

- ❖ Profesionalismo en las actividades diarias
- ❖ Coherencia en nuestro actuar
- ❖ Pasión por la logística

1.1.2 *Ubicación Geográfica*

El lugar físico de operaciones desde donde se desarrollan la mayor cantidad de actividades se encuentra ubicado en la calle 64b #71^a-36, en la localidad de Engativá, barrio La Cabaña – Bogotá – Colombia.

Figura 1: Ubicación física



Nota: Tomado de Star Logistics, s.f.

Se hace la distinción de este lugar dado que es en estas instalaciones donde se desarrollan las actividades comerciales pertinentes. Sin embargo, en desarrollo de las prácticas se realiza la representación de tres empresas, dos de ellas ubicadas en Estados Unidos y una ubicada en Canadá, las cuales se muestran a continuación.

La siguiente ubicación geográfica destacada tiene como objetivo contextualizar al lector acerca del posicionamiento estratégico con el que cuenta el centro de operaciones en la ciudad de Bogotá, enfatizando como principal fortaleza la cercanía al Aeropuerto Internacional El Dorado.

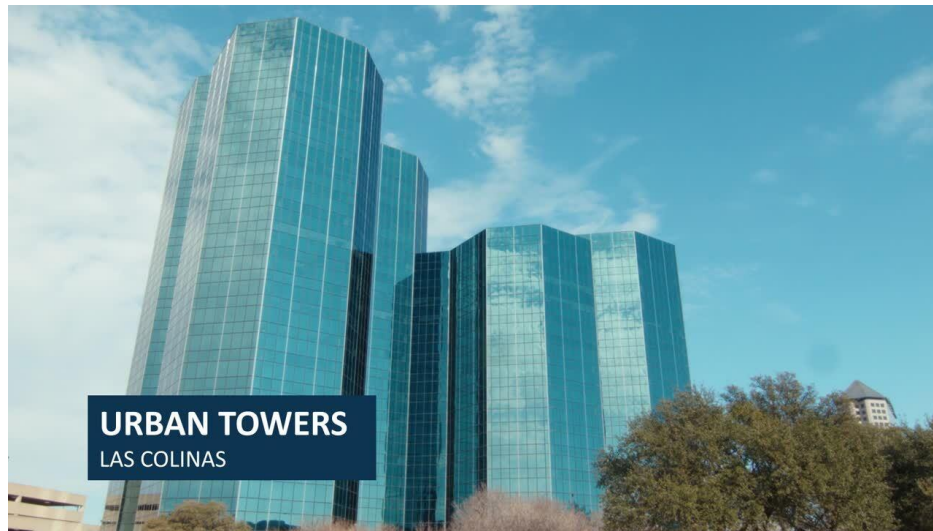
Figura 2 Ubicación geográfica



Nota: Tomado de Star Logistics, s.f.

En lo que respecta a las instalaciones internacionales, se muestra a continuación una de ellas, la cual hace referencia a la empresa TLC AEROSPACE SERVICES, Ubicada en Urban Towers 222, West Las Colinas Blvd, 1650 East Irving, TX 75039

Figura 3 Organigrama



Nota: Tomado de Regus, s.f.

Figura 4 Organigrama



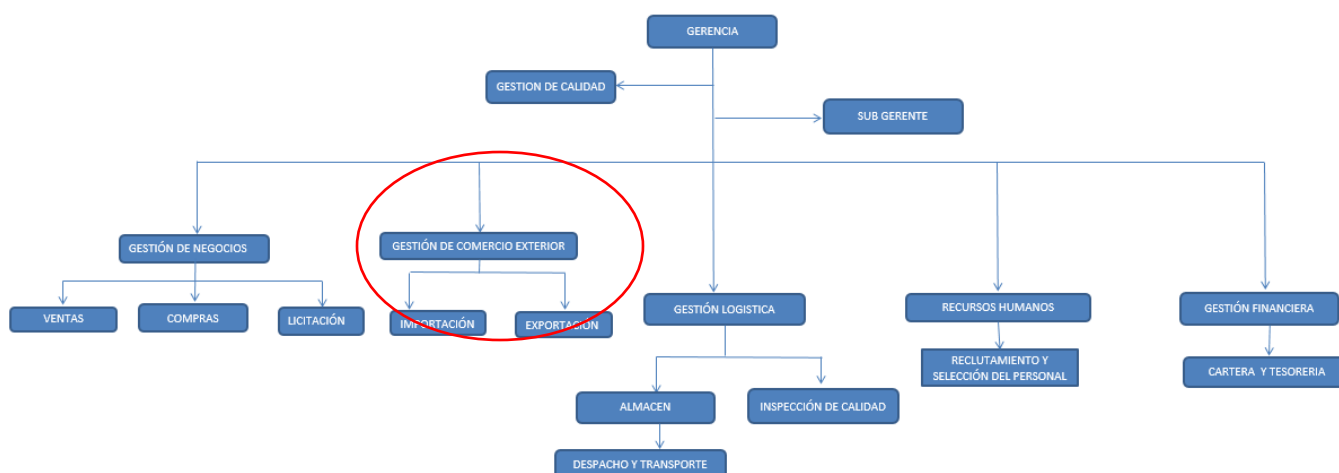
Nota: Tomado de Regus, s.f.

La segunda ubicación geográfica internacional a destacar hace referencia a la empresa CM AEROSPACE ubicada en 2572 Daniel-Johnson Blvd, Laval, Quebec, H7T2R3, Canadá,

1.1.3 Estructura Organizacional

A continuación, se relaciona el organigrama total de la empresa, en el cual mi rol ha sido desempeñado en el seccional de comercio exterior, tanto en los procesos de exportación como importación.

Figura 5 Organigrama



Nota: Tomado de Star Logistics, s.f.

1.1.4 Departamento desarrollo de práctica

Departamento De Ejercicio:

En base a lo anterior, el desempeño de la práctica ha sido en el área de gestión de comercio exterior; para tal efecto, en la ejecución como practicante ha sido acompañar los

procesos de importación como de exportación realizando análisis financiero a proveedores como a clientes; así mismo realizar seguimiento a los créditos que ha otorgado la organización como a la cartera.

En complemento, se ha llevado control de cada uno de los procesos desarrollados por los representantes de ventas con el fin de monitorear que cada uno de los productos o servicios adquiridos cumplan con los respectivos requerimientos establecidos por la legislación de comercio internacional y así mismo lleguen satisfactoriamente al usuario final.

Dentro de los procesos de comercio exterior se ha apoyado a los representantes de ventas construyendo cada una de las instrucciones de despacho con su respectiva lista de empaque para que en ejercicio de estas actividades estar en la capacidad de despachar, seguir y entregar los productos al usuario final y en consecuente facturar los ítems vendidos, para de esta forma realizar el respectivo recaudo de dinero efectivamente. Finalmente, se me han sido otorgadas las bases de datos internas para realizar su respectiva alimentación y potencializar la toma de decisiones en términos de créditos, proveedores y relaciones comerciales con usuarios finales alrededor del mundo.

1.1.4.1 Análisis DOFA

Fortalezas	Debilidades
-Recurso humano. -Personal Capacitado. -Ubicación estratégica. -Acreditación Internacional (TRACE - ASA-EAC) -Musculo financiero para otorgar créditos. -Reconocimiento internacional por parte de clientes en la industria de la Aviación	-No ser reconocido como estación reparadora. -No contar con la certificación de CSF (<i>CUSTOMER SERVICE FACILITIES</i>) por parte de Bell -No ser propietarios de aeronaves Bell. -Control de los créditos otorgados a clientes.
Oportunidades	Amenazas
-Posibilidad de obtener la certificación y reconocimiento de CSF por parte de Bell mediante certificaciones y procesos internacionales. -Acceso a base de datos de CSF con el fin de crear relaciones comerciales.	-Restricciones de Bell para la venta y reparación de partes. -Disminución de proveedores potenciales a causa de las restricciones de Bell. -Potencial crecimiento de los CSF en USA y Canadá

2.1. Planteamiento De Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas Profesionales

2.1.1 *Planteamiento Central*

El objeto social de la empresa en el seccional de comercio internacional va en caminado en la compra, comercialización, reparación y distribución de partes para aeronaves en sus diferentes condiciones, dicho objeto social ha sido desarrollado bajo las figuras de dos empresas internacionales (TLC Aerospace – CM Aerospace) ubicadas en Estados Unidos y Canadá respectiva y una empresa de carga, logística y almacenamiento alidada (D5 – Logistics) ubicada en Estados Unidos, tal como ha sido mencionado anteriormente.

Posterior al respectivo análisis DOFA que se llevó a cabo luego de estudiar minuciosamente las variables tanto internas como externas de cada una de las empresas se logró determinar que la principal amenaza para la figura empresarial recae sobre dos principales situaciones, siendo una proveniente de un factor externo, reconocida como amenaza y en complemento una situación interna de control que puede afectar drásticamente la recolección y control de cuentas por cobrar a partir de créditos otorgados.

Con base a lo anterior, me permito desglosar la primera situación destacada como amenaza que recae principalmente sobre las restricciones procedimentales que ha generado BELL en la compra y venta de partes para la industria Aeronáutica o en lo que concierne a nuestra figura empresarial, ser proveedor de dichos ítems, las restricciones han sido agrupadas de la siguiente manera:

- Ser una estación reparadora para poder adquirir productos directamente de Bell.

- De no llegar a ser una estación reparadora y si necesita un parte de Bell, es necesario ser el propietario de la aeronave en la cual el ítem va a ser instalado.
- Para ser proveedor directo de Bell y adquirir los productos sin restricciones, se debe cumplir con certificación en ISO 9001: 2008
- Debe darse cumplimiento del sistema de gestión de calidad AS9100 (referencia AS9100 y requisitos SQRM-001 aplicables)

Nuestras compañías se han visto afectadas en la disminución de proveedores y por ende, en la necesidad de enfrentar una drástica amenaza identificada por la limitación de partes disponibles que pueden ser ofrecidas al usuario final, lo cual, de no tomar las acciones pertinentes para dar solución y ejercer un plan de acción frente a esta coyuntura podría determinar una considerable disminución de ventas de las dos empresas comercializadoras que consecuentemente golpearía la utilidad del ejercicio.

En cuanto a la situación interna mencionada anteriormente se logró identificar una debilidad la cual recae sobre los créditos otorgados, ya que resulta necesario mejorar el control en de montos, fechas y recaudo de estos, así mismo; debía relacionarse no solo la cantidad monetaria de los ítems vendidos, también era necesario destacar la cantidad invertida pagada a proveedores, de cada uno de los proyectos que se llevarían a cabo bajo crédito, con la finalidad de tener un mejor control interno y potencializar la toma de decisiones, ya que, resulta trascendente reconocer cuánto dinero está invertido en pago a proveedores, la disponibilidad de dinero que se tiene en el momento y a futuro en periodos determinados, para estar en la capacidad de determinar si financieramente nos encontramos aptos para desarrollar otro tipo de negociaciones, ya sea de ventas de productos, reparación de aeronaves, inversiones en capacitaciones y/o certificaciones.

2.1.2 *Importancia, limitaciones y alcances*

En base a la anterior amenaza y debilidad resaltadas, en ejercicio de mi rol dentro de las compañías, resulta realmente trascendente bajo las responsabilidades que se me han sido otorgadas diseñar, desarrollar y controlar el plan de mejora para cada uno de los escenarios con el fin de potencializar el control interno de créditos otorgados, capital invertido y recaudo de cuentas por cobrar. Así mismo darle solución a la respectiva problemática de proveedores, para en consecuente maximizar las utilidades del ejercicio.

Dado que mi rol ha sido otorgado con enfoque financiero y las dos variables anteriormente mencionadas afectan o mejoran esta área directamente es de suma importancia mi trabajo de practicas profesionales, ya que, a partir de este serán diseñados los diferentes caminos para contrarrestar la respectiva amenaza y debilidad encontrada en el análisis DOFA.

De conformidad con lo explicado anteriormente se fortifica el nivel de importancia de mi trabajo de prácticas, destacando que se me ha dado la posibilidad de conocer información financiera de la empresa considerada restringida, con el fin de potencializar la toma de decisiones y en consecuente ampliando el rango de responsabilidad. Finalmente, en términos de importancia es mi desempeño dentro de la planeación, desarrollo y control de la acción de mejora lo que definirá en gran medida el rumbo financiero de cada una de las compañías a corto, mediano y largo plazo.

En cuanto a aspectos limitantes, se destaca la falta de una única certificación con la cual no cuentan las dos principales compañías TLC Aerospace y CM Aerospace, la cual es ISO 9001: 2008 ya que, tal como ha sido mencionado anteriormente sin esta acreditación se

trunca parcialmente el proceso de obtener el reconocimiento de CSF (*Customer Service Facility*) de Bell y por ende se generan inconvenientes procedimentales en cuanto a *inbound supply chain*.

2.1.3 Objetivo General

Desarrollar un plan de acción de identificación de nuevos proveedores con el fin de ampliar las posibilidades de obtener los bienes necesarios para satisfacer las necesidades del usuario final. En conjunto, diseñar un procedimiento que permita controlar los créditos otorgados a los clientes, en el cual se logren identificar los pagos parciales a proveedores y las fechas de recaudo de cartera para facilitar el proceso de toma de decisiones en la compañía.

2.1.4 Objetivos Específicos

1. Investigar herramientas digitales y plataformas de investigación, las cuales brinden la posibilidad de proveer información acerca de posibles proveedores de partes de la industria aeronáutica en el continente americano, específicamente en Estados Unidos y Canadá.
2. Construir una base de datos en la cual se identifiquen nuevos proveedores en Estados Unidos y Canadá que permita ampliar la cantidad de bienes ofrecidos por la compañía al usuario final.
3. Diseñar una herramienta digital modificable, que permita tener control sobre la trazabilidad de cuentas por cobrar y cuentas por pagar tanto a clientes como proveedores.

3.1 Contenido Plan De Mejora

3.1.1 Propuesta de mejora

A partir de la amenaza y debilidad encontradas en el análisis DOFA realizadas a las tres empresas, con enfoque principalmente en TLC Aerospace y CM Aerospace se ha determinado llevar a cabo el siguiente plan de mejora, con el fin de darle solución a dichas problemáticas y en consecuente potencializar la utilidad del ejercicio de cada una de las compañías:

En cuanto a la amenaza encontrada, la cual se enfoca básicamente en la disminución de proveedores de partes suplidas por Bell Helicopters en respuesta a ciertas restricciones que la compañía ha puesto en el mercado se ha determinado que en primera instancia de debía ampliar la lista de proveedores con el fin de ampliar el margen de maniobra de la compañía (*Extracto base de datos de proveedores, anexo 1*), para lograr dicho objetivo se ha determinado investigar estratégicamente posibles proveedores potenciales, escogiendo cada uno de ellos por las siguientes variables:

1. Posición geográfica
2. Divisa con la cual realizan negocios internacionales
3. Certificaciones con las que cuentan
4. Ubicación de su freight forwarder
5. Aeronaves de las cuales proveen partes
6. Servicios de mantenimiento que ofrecen
7. Velocidad con la cual procesan las ordenes
8. Descuento que otorgan a sus clientes

Una vez estudiadas las variables anteriormente mencionadas se procede a crear una base de datos, la cual brinda nombre de la compañía, país, ciudad, dirección, teléfono y página web. Una vez creada esta herramienta se procede tener contacto con cada una de las compañías con el fin de evaluar algunos puntos restantes de los ítems anteriormente mencionados tales como la ubicación de su freight forwarder y el descuento que podían otorgar.

En base al segundo objetivo específico planteado ha sido determinado que la estrategia a llevar a cabo para contactar a cada una de las compañías se desarrollaría en los siguientes filtros:

- Contactar por teléfono y/o correo electrónico a cada una de las compañías a su departamento de ventas solicitando una cotización de productos requeridos para ordenes abiertas.
- Una vez determinado el descuento que realizaban a las partes se procedía a fortalecer la relación con el POC (*Point of Contact*) solicitándole el correo electrónico directo y teléfono para preguntar más a fondo sobre los ítems cotizados, de esta forma se lograba determinar desde que punto del mundo la compañía despachaba los productos y el tiempo que tardaba en hacerlo.
- Si las anteriores variables eran viables para la empresa, se le solicitaba al POC que cotizara el total de los ítems requeridos para las ordenes abiertas para de esta forma llegar a un acuerdo y determinar con la compañía proveedora de que forma se iban a llevar a cabo las ordenes, así mismo brindar un punto de confianza a la compañía para poder establecer y fortalecer la relación de negocios.

- Una vez llevado a cabo los procesos anteriormente mencionados se procede a enviar cada una de las ordenes de compras requeridas y realizar sus respectivos pagos.
- En adición a los anteriores puntos, resulta pertinente solicitar lista de inventarios en stock de cada una de las compañías para ampliar la posibilidad de potenciales negocios que podían llevarse a cabo y de esta forma ser ofrecidos por nuestros representantes de ventas.

En consecuente al proceso anteriormente mencionado se logrará establecer una relación comercial con diferentes proveedores que le permita a nuestras empresas ampliar su margen de maniobra en cuanto a la búsqueda de partes aeronáuticos, en específico los pertinentes a Bell Helicopters, así mismo se encontraría la posibilidad de realizar nuevos negocios concernientes a líneas alternas de aviación.

En lo que respecta a la debilidad encontrada ha sido determinado que deben ser identificadas las principales variables que pueden afectar o potencializar financieramente la toma de decisiones en periodos de tiempo determinados, por lo cual resulta pertinente diseñar una herramienta que brinde la posibilidad de tener el control sobre los créditos otorgados, el pago a proveedores y el recaudo de cuentas por cobrar, para lograr dicho objetivo debe ser desarrollado el siguiente proceso:

- Crear una herramienta el cual permita identificar los clientes que tienen crédito
- Una vez diseñada dichas herramientas, resaltar en ella los procesos que han sido llevados bajo crédito

- Posterior a haber identificado los procesos bajo crédito, se debe distinguir cada uno de los pagos hecho a proveedores.
- A partir de que la carga sea entregada se debía facturar la orden e involucrarla en la herramienta, con el fin de encontrarnos en la capacidad de saber cuando sería el retorno de ese dinero
- Consolidar toda la información anteriormente mencionada en una sola herramienta, con el fin de ampliar la visibilidad y margen de maniobra para en consecuente poder tomar decisiones respaldadas financieramente. (*Extracto CPA 2021 – 1- anexo 2*)

3.1.2 Conclusiones

En conclusión, durante el desarrollo del plan de mejora, no se presentaron dificultades a nivel interno, dado que, la actitud de los colaboradores fue siempre de ayuda, apoyo y respeto, lo cual generó un ambiente apto para desarrollar cada uno de los procesos establecidos para alcanzar los objetivos trazados.

A diferencia de lo anterior, si se presentaron gran cantidad de oportunidades que nos permitieron como compañía corregir nuestro rumbo e innovar en la forma en que estábamos ejecutando el plan de mejora, no sin antes mencionar que la mayor oportunidad fue el crecimiento interno tanto personal como grupalmente dentro de la compañía, dado que en el desarrollo de mi práctica se me presentó la oportunidad de mantener mi lugar en la empresa una vez finalizado el periodo de prácticas.

En cuanto a aquellas oportunidades mencionadas que nos permitieron corregir nuestro rumbo e innovar, fueron oportunidades que nacieron netamente dentro de la

empresa como ideas y/o aportes que cada una de las personas del equipo internacional, los cuales aportaron en base a su experiencia, conocimiento y creatividad.

3.1.3 Bibliografía

Buyatti, O. D. (2007). Sistemas administrativos y control interno .. Argentina : Librería Editorial.

Bell Helicopter,. (s.f.). *Bell Flight*. <https://www.bellflight.com/>

Laseter, T. -C. (200). Alianzas estratégicas con proveedores. En T. -C. Laseter, *Alianzas estratégicas con proveedores*. Bogotá: Norma .

Star Logistics S.A.S. (s.f.). *Star Logistics S.A.S. Logística Aeronáutica* .
<http://starlogistics.com.co/>

Anexos

Anexo 1 Extracto base de datos de proveedores

NAME	ADDRESS	CITY	STATE	PHONE	EMAIL
MARITIME HELICOPTERS, INC.	3520 FAA ROAD	HOMER	ALASKA	1-907-235-7771	dom@americanspares.com
VIH AEROSPACE INC.	1962 CANSO RD	NORTH SAANICH, BC	BRITISH COLUMBIA	1-250-655-6828	mleduc@vih.com
YELLOWHEAD HELICOPTERS, LTD.	P. O. BOX 190	VALEMOUNT	BRITISH COLUMBIA	1-250-963-9884	yhl@yhl.ca
AVIALTA HELICOPTER MAINTENANCE LTD.	1A 27018 SH633, VILLENUEVE AIRPORT, STURGEON COUNTRY	ST. ALBERT	ALBERTA	1-780-460-1800	phorvatis@avialta.com
SKYLINE HELICOPTER TECHNOLOGIES	195 MAGILL STREET	LIVELY	ONTARIO	1-705-692-2900	sales@skylinehelicopters.com
NATIONAL HELICOPTERS INC	BOLTON HELIPORT, 11339 ALBION VAUGHAN ROAD	KLEINBURG	ONTARIO	1-866-361-1100	info@nationalhelicopters.com
AOG HELISERVICES INC	1032 LEN BIRCHALL WAY, NORMAN ROGERS AIRPORT	KINGSTON	ONTARIO	1-613-389-8596	info@aogheli.com
HELITRADES INC	18 TERRY FOX DRIVE P.O. BOX 162 18	VANKLEEK HILL	ONTARIO	1-613-678-3027	helitrad@hawk.igs.net
CANADIAN HELICOPTERS LIMITED	1215 MONTEE PILON	LES CEDRES	QUEBEC	1-450-452-3000	ebegnach@canadianhelicopters.com
HELI-INTER, INC	6500, CHEMIN DE LA SAVANE	SAINT-HUBERT	QUEBEC	1-877-468-3431 ext. 261	info.bell@iservicecenter.ca
NORTHWEST HELICOPTERS LLC	1000 85TH SE	OLYMPIA	WASHINGTON	1-360-754-7200	rbrinton@nwhelicopters.com
HILLCREST AIRCRAFT COMPANY	P. O. BOX 504	LEWISTON	IDAHO	1-208-746-8271	gew@hillcrestaircraft.com
MINUTEMAN AVIATION, INC	AIRPORT BOX 16	MISSOULA	MONTANA	1-406-728-9363	mai@montana.com
ROCKY MOUNTAIN ROTORS MAINTENANCE LLC	300 AVIATION LANE	BELGRADE	MONTANA	1-801-375-1124	ty@rmrholi.com
HELICOPTER MAINTENANCE CORP	2465 COMMERCE AVE	BOISE	IDAHO	1-208-344-6521	jy@idahohelicopters.com
REDDING AIR SERVICES, INC	6831 AIRWAY AVENUE	REDDING	CALIFORNIA	1-530-221-2851	info@reddingairservice.com
HELICOPTER SERVICES OF UTAH, INC	2244 S. 1640 W	WOODS CROSS	UTAH	1-801-295-5700	partsales@classicaviation.net
AERO PRODUCTS SERVICES COMPONENTS	551 N. 40TH STREET, SHOW LOW	SHOW LOW	ARIZONA	1-928-537-1000	sales@aeroproducts.com
CENTURY HELICOPTERS INC	2001 AIRWAY AVE	FORT COLLINS	COLORADO	1-970-484-6804	century@centuryhelicopters.com
EXECUTIVE AIR TAXI CORPORATION	P.O. BOX 2273	BISMARCK	NORTH DAKOTA	1-701-258-5024	paul@executive-air.com
AIR FLUTE, INC	2320 AIRPORT DRIVE	SHAWNEE	OKLAHOMA	1-405-275-4388	blake@airfliteok.com
RSG AVIATION, INC	3901 NORTH MAIN ST. HANGAR 2 SOUTH	FORT WORTH	TEXAS	1-817-625-0192	info@rotorcraftservices.com

Anexo 2 Plan De Acción De Identificación De Proveedores Para Las Empresas Tlc

Aerospace Services Y Cm Aerospace

CUSTOMER CREDIT LINE, PARTIAL AND ADVANCED PAYMENTS (CPA)										Date:	10-Jun-21	16:17
										CSTC:	CSTC-001TLC	
										SALES PERSON:	GENERAL SALES TEAM	
ITEM	COMP	SALES PERSON	CUSTOMER CODE	CUSTOMER	CUSTOMER CREDIT LINE	USED CREDIT	AVAILABLE CREDIT LINE	INV#	INVOICE DATE	DUE DATE	REMARKS	
\$1.00	TLC	DC	C185	DEFENSE TECHNOLOGY	\$100,000.00	\$ 7,943.64	\$92,056.36	PENDING	N/A	N/A	N/A	
						\$ 90,280.55	\$1,775.81	INV-951C185	13-May-21	12-Jun-21	XDF	
						\$ 44,543.09	-\$42,767.28	INV-960C185	9-Jun-21	9-Jul-21	XDF	

4.1 Seguimiento Práctica Profesional

4.1.1 Programación actividades

Una vez recibido el puesto de trabajo en el cual iba a desarrollar las prácticas profesionales fueron explicadas por parte del jefe directo las diferentes herramientas digitales a utilizar, tales como las cuentas de correo electrónico, las bases de datos, acceso a servidores y páginas web de apoyo.

Posteriormente fueron explicadas las tareas y deberes que debía llevar a cabo en ejercicio del cargo y así mismo fue solicitado generar una serie de facturas para control interno que no habían sido relacionadas entre las empresas TLC Aerospace, CM Aerospace y D5 Logistics.

Una vez que las anteriores tareas ya se desarrollaban diariamente sin ningún inconveniente, se me otorgó la tarea de realizar los procedimientos necesarios para lograr conseguir dos certificaciones INTERNACIONALES ASA (*Aviation Suppliers Association*) para la empresa CM Aerospace y TRACE para la empresa TLC Aerospace.

Conseguidas las certificaciones satisfactoriamente, se me otorgaron una mayor serie de responsabilidades financieras, las cuales se basaron en realizar las respectivas conciliaciones bancarias del periodo de septiembre de 2019 – agosto 2020 y septiembre 2020 – A la fecha, con el fin de cerrar los periodos fiscales en Estados Unidos y Canadá sin mayor inconveniente. En complemento, una vez cerrado los periodos fiscales de los respectivos años debían subirse los saldos finales al programa de contabilidad internacional PENTAGON, el cual, las compañías no habían podido usar por falta de dichos saldos requeridos.

En vista de que financieramente ya estaba realizando todas las actividades sin mayor inconveniente, se me abrieron las puertas al área comercial en las cuales debía realizar la lista de empaque, instrucción de despacho y factura de cada una de las ordenes que los representantes de ventas tuvieran listas para despachar.

Finalmente, tal como se explica en la siguiente sección, las puertas al sector comercial siguieron abriéndose y se me brindo la posibilidad y deber de comenzar a cotizar ítems a los clientes internacionales escogidos por el supervisor directo y jefe general con la finalidad de una vez terminadas mis prácticas profesionales migrar al área comercial, desempeñando dos cargos, el financiero y el de representante de ventas.

Las demás actividades a destacar entro del proceso de prácticas profesionales son resaltas en la siguiente sección más a fondo, las cuales recaen sobre el plan de acción de mejora llevado a cabo a partir del análisis DOFA

4.1.2 *Objetivos mensuales*

Ciclo 1:

Dentro del primer ciclo del desarrollo de mi práctica profesional han sido establecidos objetivos semanales de adaptación y conocimiento con mi jefe y supervisor directo, los cuales han sido destacados de la siguiente manera:

- 1) Conocer de las figuras empresariales, ubicación, objeto social y la respectiva diferenciación de cada una de ellas, así mismo código de net etiqueta que debían ser usados en cada uno de los medios de comunicación que le competen a cada empresa.
- 2) Identificar y reconocer los principales términos de aviación.

- 3) Identificar las regulaciones y entes reguladores internacionales de la aviación y obtener capacitación en las principales *circular advisor* de la industria.
- 4) Reconocer las tareas y deberes ha desarrollar otorgadas al cargo a desempeñar.

Ciclo 2:

Una vez alcanzados satisfactoriamente los objetivos establecidos en el primer ciclo, fueron trazados los objetivos del segundo ciclo, teniendo como enfoque la inmersión en la industria y el acoplamiento a la misma, dichos objetivos también fueron diseñados para ser desarrollados semanalmente, estos son:

- 1) Desarrollar las actividades de comercio exterior otorgadas a mi rol bajo el seguimiento y control del supervisor directo.
- 2) Conciliar bancariamente el periodo inmediatamente anterior (AGOSTO-2019 – AGOSTO-2020) de las empresas TLC AEROSPACE y CM AEROSPACE.
- 3) Crear nueva base de datos de posibles proveedores para posteriormente realizar la respectiva investigación de mercado.
- 4) Iniciar la reestructuración del proceso de control de créditos otorgados y pagos realizados a proveedores.

Ciclo 3

A partir de que los objetivos del ciclo 3 fueron alcanzados satisfactoriamente, cumpliendo las expectativas planteadas, el desarrollo de la práctica dentro de su tercer ciclo

tomo un enfoque de accionar, en el cual los objetivos fueron establecidos con la finalidad de dar inicio potencialmente a la solución de la debilidad y amenaza encontradas en el análisis DOFA.

- 1) Plantear, desarrollar y realizar el debido control al seguimiento de créditos otorgados bajo la figura del CPA (*Customer credit, partial and advance*)
- 2) Desarrollar una investigación de cada uno de los posibles proveedores (*CSF – Customer Service Facility*) con el fin de determinar la viabilidad de iniciar relaciones de negocio con cada uno de ellos.
- 3) Prevalecer el desarrollo de las actividades de comercio exterior otorgadas a mi cargo con mayor monotonía y responsabilidad propia.
- 4) Conciliar bancariamente el primer semestre del actual periodo fiscal (SEPTIEMBRE 2020 – FEBRERO 2021)

Ciclo 4

Posterior a haber alcanzado los objetivos del ciclo anterior tal como fueron planteados, se determinó con el jefe general y supervisor directo los siguientes objetivos con la finalidad de lograr hacer una inmersión más a fondo del mundo comercial en el sector aeronáutico y así mismo ampliar la línea de negocios, dichos objetivos son:

1. Cotizar directamente las peticiones de un grupo de clientes otorgados por parte del jefe general, bajo el argumento de posterior a las practicas lograr hacer una transición al área comercial, soportando a la empresa tanto financieramente como comercialmente.

2. Diseñar una gira de negocios por Dallas – TX, Miami – FL y Quebec en Canadá, esto con el fin de fortalecer las relaciones comerciales tanto con clientes como proveedores, asimismo, consolidar variables pendientes con los terceros encargados de la contabilidad y legislación de las empresas.

3. Llevar control del financiamiento que las empresas internacionales han hecho a las empresas nacionales, esto con la finalidad de tener clara visibilidad de las cuentas por cobrar entre empresas y no afectar la utilidad del ejercicio.

4. Controlar cada una de las membresías internacionales con las que cuentan las empresas, mantenerlas activas y llevar seguimiento de cuando deben realizarse los respectivos pagos.